

25.03.2009 – 09:00 Uhr

## Migros: M comme Meilleur.

Zürich (ots) -

Nouveau slogan, nouvelle marque M-Classic

En ce début de printemps, Migros présente son nouveau slogan: «M comme Meilleur». Ce slogan réunit de manière concise les valeurs et les principes chers à l'entreprise. Une promesse que tient également la nouvelle marque M-Classic en proposant des produits de qualité au meilleur prix. Grâce à l'uniformisation des emballages, les clients pourront trouver les produits désirés plus aisément.

À l'avenir, la marque Migros sera suivie du slogan «M come Meilleur.», conformément à la devise «tout ce qui porte le logo Migros, contient une valeur ajoutée». Le M orange symbolise par la-même la plus-value maximale que Migros offre à sa clientèle, sur les produits, en tant qu'entreprise mais aussi en tant que partie de la Suisse. Ce slogan réunit de manière concise les valeurs centrales et les prestations de Migros. Pour les clients, ceci se ressent sur le rapport qualité-prix et la fraîcheur maximale des produits proposés. Depuis sa fondation, le géant orange s'engage de manière significative sur le plan social et écologique, marque fortement sa présence dans les régions en encourageant la variété traditionnelle suisse.

Avec le slogan «M comme Meilleur.», Migros assoit davantage sa présence sur le marché tout en renforçant l'unicité de son symbole, le M orange. Selon les sondages réalisés, 92% de la population suisse connaissent cette lettre. Il est pratiquement impossible d'obtenir de meilleures performances.

Ce slogan, créé par l'agence de communication Jung von Matt/Limmat, sera lancé dans le cadre de la campagne d'image au niveau national dans quelques semaines. Cette campagne publicitaire sera naturellement axée sur le sens de l'humour, une qualité chère au géant orange.

La nouvelle marque M-Classic: la qualité garantie au meilleur prix  
La marque M-Classic respecte, elle aussi, le slogan «M comme Meilleur.». Cette marque ne propose pas de nouveaux produits, mais regroupe des articles Migros d'usage courant, très appréciés et de qualité. Sous le nom M-Classic, Migros propose à sa clientèle des produits dans de nouveaux emballages au design moderne et unifié. Des produits qui ont en commun leur forte demande, ainsi que la faible notoriété de leur marque, qui, pour certains, tels le pain, est même inexistante.

«Après les lignes M-Budget et Sélection, nous sommes ravis de proposer une nouvelle marque dans notre assortiment. Avec M-Classic, nous souhaitons offrir à nos clients la possibilité de trouver plus aisément de nombreux produits de la vie quotidienne au meilleur rapport qualité-prix», explique Oskar Sager, Directeur du département marketing de la Fédération des Coopératives Migros.

Pour permettre aux clients de retrouver leurs produits habituels sans problèmes, les nouveaux emballages M-Classic porteront également le nom de l'ancien produit. Précision importante: le contenu et le prix restent inchangés.

Disponibles dans tous les canaux de vente Migros  
Les articles M-Classic seront disponibles dans tous les magasins Migros et dans tous les canaux de vente, au même titre que les produits Migros (LeShop, Migrolino, Voi, etc.). Les premiers produits M-Classic seront livrés prochainement aux différents points de vente. Après Pâques, quelque 300 articles supplémentaires des secteurs

Fraîcheur, Food, Near-Food et Non-Food prendront le même chemin. La liste devrait avoisiner les 600 articles d'ici à la fin de l'année.

Les photos des produits M-Classic peuvent être téléchargées sur [www.migros.ch/medias](http://www.migros.ch/medias).

Contact:

Martina Bosshard, porte-parole de la FCM, tél. 044 277 20 67, [martina.bosshard@mgb.ch](mailto:martina.bosshard@mgb.ch)

Monika Weibel, porte-parole de la FCM, tél. 044 277 20 63, [monika.weibel@mgb.ch](mailto:monika.weibel@mgb.ch), [www.migros.ch](http://www.migros.ch)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100000968/100579983> abgerufen werden.